

PENDAMPINGAN PEMBUATAN LABEL PRODUK SEBAGAI STRATEGI DALAM PENINGKATAN DAYA SAING DAN BRANDING UMKM KERIPIK

Putra Irwandi^{1*}, Muh. Kadri², Aulia Adetya³, Bunga Wirda⁴,
Cep Abdul Baasith Wahpiyudin⁵

^{1,3,4}Departemen Agribisnis, IPB University, Indonesia

²Departemen Biologi, IPB University, Indonesia

⁵Manajemen dan Bisnis, Sekolah Bisnis, IPB University, Indonesia

irwandiputra@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Kegiatan pendampingan ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman mitra UMKM terhadap perbaikan kualitas label dan desain logo. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk dan branding UMKM. Metode pelaksanaan mencakup *Focus Group Discussion* (FGD), diskusi, dan pendampingan praktis pembuatan label logo kemasan. Pertemuan pertama diawali dengan FGD untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan UMKM. Tiga pertemuan berikutnya difokuskan pada aspek teknis dan kreatif pembuatan label dan logo, termasuk pengenalan desain dan prinsip-prinsip branding. Pertemuan terakhir berfokus untuk evaluasi hasil dan perencanaan implementasi. Mitra kegiatan pengabdian ini adalah UMKM keripik pisang dan singkong di Desa Benteng berjumlah dua UMKM. Hasil pengabdian menunjukkan visualisasi dan informatif label produk, serta peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya branding. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan observasi langsung, wawancara berkala, dan adanya pretest dan posttest dari kegiatan yang dilakukan. Dari hasil evaluasi didapatkan hasil peningkatan pemahaman terkait dengan label kemasan dari 75 persen menjadi 85 persen, tingkat kehadiran mitra selama kegiatan sebesar 100 persen, dan kepuasan mitra dalam kegiatan ini mencapai 100 persen. Mitra UMKM juga meyakinkan bahwa hasil penjualan meningkat dan disukai oleh konsumen, khususnya ibu rumah tangga dan anak-anak di Desa Benteng. Model pemberdayaan ini berpotensi untuk direplikasi di daerah lain guna mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Branding; Daya Saing; Label.

Abstract: This activity was carried out to increase the understanding of MSME partners on improving the quality of labels and logo designs. This is done to improve product competitiveness and branding of MSMEs. The implementation method includes *Focus Group Discussion* (FGD), discussion, and practical assistance in making packaging logo labels. The first meeting began with an FGD to identify the needs and challenges of MSMEs. The next three meetings focused on the technical and creative aspects of making labels and logos, including an introduction to design and branding principles. The last meeting focused on evaluating the results and implementation planning. The partners of this service activity are banana and cassava chips MSMEs in Benteng Village, totalling two MSMEs. The results of the service show the visualisation and informativeness of product labels, as well as an increased understanding of MSME players about the importance of branding. Monitoring and evaluation are carried out by direct observation, periodic interviews, and the pretest and posttest of the activities carried out. From the evaluation results, it was found that the increase in understanding related to packaging labels from 75 per cent to 85 per cent, the partner attendance rate during the activity was 100 per cent, and partner satisfaction in this activity reached 100 per cent. MSME partners also assured that sales results increased and were favoured by consumers, especially housewives and children in Benteng Village. This empowerment model has the potential to be replicated in other areas to support sustainable local economic growth.

Keywords: Branding; Competitiveness; Label.



Article History:

Received: 21-10-2024

Revised : 22-11-2024

Accepted: 23-11-2024

Online : 11-12-2024



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyediakan lebih dari 97% lapangan kerja di Indonesia (Kemenkop UKM, 2020). Namun, meskipun berkontribusi signifikan, banyak UMKM yang masih mengalami berbagai tantangan dalam bersaing di pasar, terutama dalam hal *branding* dan kemasan. Salah satu aspek penting yang sering kali diabaikan oleh pelaku UMKM adalah label produk yang sebenarnya memiliki pengaruh besar terhadap daya saing produk di pasaran.

Salah satu UMKM yang berperan penting dalam pendapatan masyarakat kelas kecil dan menengah adalah UMKM olahan keripik. Produk olahan seperti keripik pisang, keripik singkong, dan keripik buah lainnya merupakan salah satu jenis usaha yang banyak digeluti oleh UMKM. Hal ini dikarenakan mudah dalam hal produksi dan memiliki bahan baku yang melimpah. Namun, daya tarik produk ini sering kali terbatas karena kurangnya perhatian terhadap aspek visual dan informasi yang disajikan pada kemasan, terutama label produk (Diana et al., 2022; Mira Saktiana, 2023). Label produk bukan hanya sekadar pelengkap, tetapi berfungsi sebagai alat komunikasi pertama antara produk dan konsumen. Melalui label, konsumen dapat memperoleh informasi penting terkait kualitas, komposisi, dan legalitas produk, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian (Sukartaatmadja et al., 2023; Wasito, 2023)

Seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kesehatan dan legalitas produk, informasi yang tertera pada label semakin penting. Konsumen cenderung lebih selektif dalam memilih produk yang memiliki label yang jelas dan informatif, seperti komposisi bahan, tanggal kadaluarsa, serta sertifikasi yang relevan seperti halal atau izin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Tanpa label yang jelas dan akurat, kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut dapat menurun, sehingga mempengaruhi penjualan produk secara signifikan (Fredella et al., 2016).

Label produk juga memiliki peran strategis dalam branding dan pemasaran. Desain label yang menarik dan profesional mampu meningkatkan daya tarik visual produk di rak-rak toko dan mempengaruhi preferensi konsumen. Sebuah studi menunjukkan bahwa 70% keputusan pembelian konsumen diambil secara spontan saat melihat produk di rak, dan label menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan tersebut (Nurasia et al., 2021; Fitriyani et al., 2023). Oleh karena itu, UMKM yang bergerak di bidang produksi keripik pisang perlu memprioritaskan pembuatan label yang menarik dan informatif agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif.

Selain itu, label produk yang baik juga berperan dalam memenuhi standar dan regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah. Regulasi tersebut

mencakup ketentuan tentang pencantuman informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, serta kelengkapan izin legalitas seperti sertifikat halal dan BPOM. Pematuhan terhadap regulasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memungkinkan produk untuk dipasarkan di jaringan ritel modern seperti supermarket dan minimarket, yang sering kali memiliki standar ketat terhadap produk yang mereka jual.

Namun, meskipun label produk memiliki peran penting, banyak pelaku UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam proses pembuatannya. Hambatan tersebut dapat berupa keterbatasan dalam hal pengetahuan desain, biaya produksi label, serta kurangnya pemahaman tentang regulasi yang berlaku (Ishak et al., 2022; Taufikurrahman et al., 2022). Oleh karena itu, diperlukan adanya pendampingan dan edukasi bagi UMKM dalam membuat label produk yang sesuai dengan standar dan menarik secara visual, agar mereka dapat bersaing dengan produk-produk lain di pasar, salah satunya melalui kegiatan pengabdian. Pentingnya pembuatan label produk tidak hanya sekadar kegiatan teknis, tetapi merupakan bagian dari strategi bisnis yang lebih besar untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk memahami peran label produk dan mendapatkan dukungan yang memadai dalam proses pembuatannya agar dapat berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat (Lusianingrum et al., 2021; Rahmawati & Kusuma, 2023)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan pembuatan label produk UMKM dapat menjadi solusi penting untuk mengatasi permasalahan ini, khususnya di Desa Benteng, Kabupaten Bogor. Desa Banteng merupakan salah satu desa strategis yang memiliki luas hampir 248,5 Ha di Kabupaten Bogor. Justifikasi Pemilihan lokasi pengabdian antara lain termasuk dalam salah satu desa wisata dan termasuk desa yang memiliki UMKM keripik. Namun, seperti permasalahan lain yang ada, UMKM keripik di Desa Benteng ini masih termasuk dalam kategori konvensional. Masih menggunakan peralatan tradisional dan mengandalkan bahan baku lokal. Jika dilihat dari sisi label produk, pemasaran UMKM Keripik di Desa ini masih sangat sederhana bahkan tidak memiliki label kemasan produk. Hal ini disebabkan oleh kurangnya inovasi yang dimiliki, minimnya pelatihan dan pengembangan produk dari berbagai stakeholder, serta skala usaha yang masih minim.

Kegiatan ini akan membekali pengetahuan dan keterampilan pemilik UMKM yang diperlukan untuk membuat label yang tidak hanya memenuhi standar legal, tetapi juga mampu menarik perhatian konsumen (Ahsan et al., 2024; Haryati et al., 2024). Melalui label yang baik, UMKM seperti produsen keripik pisang, keripik singkong, dan keripik lainnya dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun nasional. Telah banyak penelitian yang dilakukan berkaitan dengan label UMKM keripik antara lain yang dilakukan oleh Mira Saktiana (2023); Srienta et al. (2024); Sukartaatmadja et al. (2023) yang menyatakan bahwa label, logo dan

kemasan memiliki dampak yang relevan terhadap peningkatan niat konsumen untuk membeli produk. Penelitian lain yang dilakukan oleh Purwanto et al. (2022) yang membahas terkait dengan labeling pada keripik tahu Walik di Madiun, Penelitian Muslihudin & Sandi (2023) tentang labeling kemasasan keripik pisang, Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana et al. (2023) menyatakan bahwa labeling dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen, label yang baik juga dapat membuka peluang bagi UMKM untuk masuk ke pasar yang lebih luas.

Oleh karena itu, upaya untuk memperkuat daya saing dan branding melalui pembuatan label produk merupakan langkah strategis yang perlu didorong dalam pemberdayaan UMKM, terutama di sektor makanan olahan seperti keripik pisang (KemenkopUKM, 2020). Maka didasarkan atas hal tersebut, penting untuk dilakukan pendampingan pembuatan label pada UMKM Keripik di Desa Benteng, Kabupaten Bogor.

B. METODE PELAKSANAAN

Profil Mitra UMKM pada kegiatan pengabdian ini merupakan usaha rumahan keripik pisang dan keripik singkong yang terdiri dari dua usaha rumahan yang dipimpin oleh ibu Ana dan bu Cucum. Usaha ini telah berdiri kurang lebih lebih dari 5 tahun. Saat ini, kedua usaha tersebut mendominasi pusat keripik di Desa Benteng. Kegiatan produksi yang dilakukan disesuaikan dengan bahan baku yang tersedia yakni pisang dan singkong yang dihasilkan dari Desa Benteng. Saat ini, produksi yang dihasilkan bisa mencapai 150 kg bahan baku. Total produksi keripik yang dihasilkan adalah 45-50 kg keripik singkong ataupun keripik pisang. Produksi yang dihasilkan memiliki ragam kemasan, antara lain dimulai dari kemasan seribu rupiah, seperempat kilogram, setengah kilogram, hingga paling banyak adalah kemasan satu kilo. Harga jual dari keripik ini berkisar Rp40.000-Rp50.000 perkilogram. Secara umum, pemesanan masih dijual di warung terdekat, dan beberapa pemesanan menggunakan *order* via *whatsapp*. Kendala yang dihadapi saat ini adalah belum adanya label kemasan yang menarik dan belum mampu meningkatkan daya saing dan branding di pasar yang lebih luas.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan pada bulan Oktober 2024 di Desa Benteng, Kabupaten Bogor. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan pendekatan *focus group discussion* (FGD) dan partisipatori untuk mengidentifikasi permasalahan label yang ada. Secara umum, tahapan kegiatan pengabdian dilakukan melalui tiga tahapan besar yakni tahap persiapan dan perencanaan, tahapan pelaksanaan, tahap monitoring dan evaluasi yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan dan Persiapan

Secara umum, pada tahap perencanaan dan persiapan ini, tim pengabdian melakukan observasi awal terhadap UMKM yang memproduksi keripik pisang dan keripik singkong untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi terkait dengan branding dan label produk. Data awal dikumpulkan melalui wawancara singkat dan FGD dengan pelaku UMKM dan pengamatan langsung terhadap kondisi produk dan label yang digunakan. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan data sekunder terkait regulasi pembuatan label dari sumber resmi, seperti BPOM dan Kementerian Koperasi dan UKM. Tahap perencanaan dan persiapan dilakukan pada bulan September 2024.

2. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan kegiatan pendampingan dilakukan melalui kegiatan utama yakni penyusunan design produk dan pelatihan labeling bagi UMKM di Desa Benteng. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam 3 kali pertemuan dengan bantuan aplikasi canva, dan pemanfaatan power point.

3. Tahap Evaluasi dan Monitoring

Tahap evaluasi dilakukan dengan melihat hasil label yang telah dibuat dan peningkatan pendapatan yang dirasakan oleh pemilik usaha. Evaluasi dan monitoring juga dilihat dari indikator pemahaman pemilik usaha terkait dengan label dan logo produk yang dijawab melalui diskusi melalui beberapa pertanyaan sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Hal ini dilakukan untuk melihat tingkat keberhasilan pendampingan yang dilakukan kepada mitra UMKM.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan di UMKM Keripik Pisang Bu Cucum dan Keripik Singkong Elvira di Desa Benteng Kota Bogor pada Bulan Oktober 2024 berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan pendampingan dilakukan oleh Team pengabdian dari IPB University. Adapun kegiatan yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan dan Persiapan Kegiatan

Tahap perencanaan dan persiapan dilakukan oleh tim pengabdian yang terdiri dari lima orang mahasiswa dengan program studi yang berbeda. Dalam pertemuan ini, tim melakukan pengenalan anggota, membahas tujuan dan target pengabdian, serta menentukan jadwal dan pembagian tugas. Selanjutnya, tim melakukan brainstorming ide dengan mengidentifikasi masalah label UMKM keripik di Desa Benteng, mengumpulkan referensi desain label yang menarik, dan mendiskusikan elemen-elemen penting yang perlu ada pada label. Proses dilanjutkan dengan penyamaan persepsi di antara anggota tim mengenai definisi dan standar label UMKM yang baik, pemahaman bersama tentang regulasi label

makanan, serta penentuan kriteria desain label yang akan dibuat. Tim kemudian menyusun rencana aksi dengan membuat timeline kegiatan, membagi peran dan tanggung jawab tiap anggota, serta menentukan metode komunikasi dan koordinasi tim. Terakhir, persiapan implementasi dilakukan dengan memilih software desain yang akan digunakan, mengumpulkan data UMKM keripik yang akan dibantu, dan menyusun daftar pertanyaan untuk wawancara pemilik UMKM. Rangkaian kegiatan perencanaan ini menjadi landasan solid bagi tim untuk melaksanakan pengabdian masyarakat dalam peningkatan kualitas label UMKM keripik. Hasil persiapan yang dilakukan secara maksimal diharapkan dapat terlaksana dengan baik selama pelaksanaan kegiatan berlangsung, pengadaan sarana prasarana yang dibutuhkan, dan memastikan kegiatan selama pelaksanaan pengabdian berjalan dengan baik dan optimal.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pendampingan label produk bagi UMKM keripik pisang dan singkong di Desa Benteng, Kabupaten Bogor, merupakan inisiatif pemberdayaan yang dirancang secara cermat untuk meningkatkan daya saing dan kualitas produk lokal. Program ini dilaksanakan melalui empat pertemuan intensif yang tidak hanya informatif tetapi juga transformatif bagi para pelaku UMKM.

a. Pertemuan Pertama: Identifikasi Masalah melalui *Focus Group Discussion* (FGD)

Kegiatan diawali dengan sesi FGD yang mendalam dan inklusif. Pada tahap ini, tim pendamping bersama dengan perwakilan UMKM keripik pisang dan singkong berkumpul dalam suasana yang santai namun produktif. FGD ini menjadi wadah berharga bagi para pelaku UMKM untuk menyuarakan aspirasi, tantangan, dan harapan mereka terkait label produk. Dalam diskusi ini, terungkap berbagai permasalahan yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan pengetahuan tentang desain label yang menarik, kurangnya pemahaman tentang regulasi label makanan, serta kesulitan dalam menciptakan identitas produk yang kuat. Para peserta juga berbagi pengalaman mereka tentang respon konsumen terhadap kemasan produk yang ada saat ini. Tim pendamping dengan seksama mencatat setiap masukan, menganalisis kebutuhan spesifik setiap UMKM, dan mulai merumuskan strategi pendampingan yang tailored untuk komunitas Desa Benteng. Sesi FGD ini tidak hanya menjadi dasar bagi perencanaan program, tetapi juga membangun rasa kepemilikan dan keterlibatan aktif dari para pelaku UMKM terhadap program ini seperti pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. *Focus Group Discussion (FGD)*

Gambar 1 menjelaskan terkait dengan pelaksanaan FGD bersama mitra UMKM di Desa Benteng. Kegiatan berlangsung kurang lebih 30-45 menit sebagai kegiatan awal untuk mengidentifikasi permasalahan mendasar yang pada usaha keripik pisang dan singkong tersebut. Hasil dari diskusi FDG ini meliputi kebutuhan dalam merancang pembuatan logo kemasan dan label produk. Tindak lanjut dari FGD ini adalah pertemuan dalam memperkenalkan dan pendampingan dalam pembuatan label bersama pemilik UMKM.

b. **Pertemuan Kedua: Pengenalan dan Pemahaman Tentang Label**

Pada pertemuan kedua, tim pendamping berdiskusi terkait dengan label produk secara komprehensif kepada pemilik usaha. Pemilik usaha tidak hanya mendengarkan semata, namun interaktif dalam melibatkan partisipasi dan berdiskusi tentang penyajian logo kemasan yang relevan dengan kebutuhan pemilik usaha. Sesi ini dirancang tidak hanya sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai workshop interaktif yang melibatkan partisipasi aktif pemilik usaha. Merancang secara praktis konsep label sangat penting dilakukan. Banyak peserta yang mengungkapkan bahwa mereka mulai melihat label tidak hanya sebagai formalitas, tetapi sebagai alat pemasaran yang powerful. Adapun diskusi yang disampaikan mencakup prinsip-prinsip desain label yang *eye-catching* dan informatif, regulasi terkini tentang label makanan di Indonesia, teknik pemilihan warna, font, dan elemen grafis yang sesuai dengan karakteristik produk keripik, strategi penempatan informasi penting pada label (komposisi, nilai gizi, tanggal kadaluarsa, dll.), Tren desain kemasan terkini dalam industri makanan ringan. Sehingga hal ini akan berdampak positif dan bermanfaat bagi pemilik usaha nantinya.

c. **Pertemuan Ketiga: Pembuatan Logo Kemasan**

Fokus pertemuan ketiga adalah pada pembuatan logo kemasan, elemen krusial dalam identitas visual produk. Tim pendamping membawa peralatan desain digital dan memperkenalkan software desain grafis yang *user-friendly* kepada peserta. Proses pembuatan logo dimulai dengan sesi *brainstorming* intensif dan sesuai kebutuhan

pemilik usaha. Pemilik usaha didorong untuk menggali nilai-nilai unik dari produk mereka, sejarah usaha, dan karakteristik khas Desa Benteng yang bisa diintegrasikan ke dalam logo. Tim pendamping membantu menerjemahkan ide-ide ini menjadi konsep visual yang menarik. Pemilik usaha kemudian mengutarakan maksud melalui proses desain logo *step-by-step*, mulai dari sketsa awal hingga digitalisasi. Prinsip-prinsip desain logo yang efektif, seperti kesederhanaan, kememoresan, dan keunikan penting dilakukan. Sesi ini juga mencakup diskusi tentang pemilihan palet warna yang sesuai dengan produk keripik dan target pasar.

Hasil dari sesi ini adalah setiap UMKM memiliki prototype logo yang mencerminkan identitas unik produk mereka. Banyak peserta yang terlihat bangga dan bersemangat melihat transformasi visual dari produk mereka. Penyusunan label ini dilakukan untuk beberapa kemasan antara lain ukuran $\frac{1}{4}$ kg, $\frac{1}{2}$ kg, dan kemasan kecil seharga seribu rupiah. Adapun desain kemasan logo yang dipilih antara lain divisualisasikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Desain Kemasan dan Logo Keripik Pisang

Gambar 2 tersebut merupakan desain logo yang dibuat dari hasil diskusi pertemuan ini. Logo Keripik pisang yang menjadi fokus pengabdian ini dibuat semenarik mungkin dengan perpaduan warna cerah. Sedangkan pada gambar kanan yang berwarna hitam putih digunakan untuk kemasan kecil dengan harga seribu rupiah. Program pendampingan label produk ini terbukti sangat bermanfaat bagi UMKM keripik di Desa Benteng. Melalui serangkaian pertemuan yang terstruktur dan komprehensif, para pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoretis, tetapi juga keterampilan praktis dalam merancang dan mengimplementasikan label produk yang efektif. Program ini tidak hanya berhenti pada level estetika, tetapi juga mendorong UMKM untuk meningkatkan kualitas produk mereka secara keseluruhan. Dengan label yang lebih informatif dan menarik, UMKM keripik Desa Benteng kini memiliki tools yang lebih baik

untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Octivanti & Andarini, 2023; Theresia et al., 2023).

Keberhasilan program ini menjadi bukti nyata bahwa pemberdayaan yang tepat sasaran dan berkelanjutan dapat memberikan dampak signifikan bagi pengembangan UMKM lokal. Diharapkan, inisiatif semacam ini dapat menjadi model bagi program pemberdayaan UMKM di daerah lain, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan pada akhirnya berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara lebih luas (Utami & Syukur, 2022). Harapannya, Dampak positif yang terlihat antara lain: Peningkatan pemahaman peserta tentang pentingnya label produk yang baik, Terciptanya logo dan desain label baru yang lebih menarik dan profesional, Peningkatan kepercayaan diri UMKM dalam memasarkan produk mereka, Terbentuknya komunitas UMKM yang saling mendukung dalam pengembangan produk, Potensi peningkatan daya saing produk keripik Desa Benteng di pasar yang lebih luas. Berikut adalah gambaran detail logo pada pengabdian masyarakat ini.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan pemberdayaan masyarakat berupa pendampingan pembuatan label dan logo produk di Desa Benteng dilengkapi dengan sistem monitoring dan evaluasi yang komprehensif. Proses ini dirancang untuk memastikan efektivitas program, mengidentifikasi area perbaikan, dan mengukur dampak nyata terhadap UMKM keripik pisang dan singkong di desa tersebut. Monitoring dilakukan secara berkelanjutan sepanjang program berlangsung, menggunakan beberapa metode yang saling melengkapi. (a) Observasi Langsung: Tim pendamping melakukan kunjungan reguler ke lokasi produksi UMKM untuk mengamati penerapan pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan; (b) Wawancara Berkala: tim melakukan wawancara terstruktur dengan pemilik usaha untuk menggali informasi tentang tantangan implementasi, feedback dari pelanggan, dan perubahan dalam operasional bisnis terkait label produk; dan (c) Forum Diskusi Online: Dibentuk grup WhatsApp untuk memfasilitasi komunikasi berkelanjutan antara tim pendamping dan pemilik usaha. Forum ini menjadi sarana berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi yang ada

Besarnya pemahaman dan peningkatan mitra menjadi penting untuk dilakukan evaluasi. Hasil evaluasi dilakukan dengan mengajukan beberapa indikator pertanyaan utama sebelum pelaksanaan kegiatan dan sesudah kegiatan pendampingan. Peningkatan pemahaman komprehensif ini dapat dilihat dari hasil kuisioner untuk melihat tingkat pemahaman pemilik UMKM atau mitra atas terselenggaranya kegiatan pengabdian ini. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pemahaman pemilik UMKM meningkat dari yang awalnya 75 persen menjadi 85 persen tentang label produk. Disamping itu, 100 persen kegiatan ini dihadiri oleh mitra sesuai dengan jumlah

pertemuan yang direncanakan sebelumnya. Serta 100 persen mitra menyatakan puas dengan pengabdian ini dan menyatakan setuju bahwa penjualan produk meningkat dan diminati oleh konsumen, khususnya ibu rumah tangga dan anak-anak di desa.

Melalui proses monitoring dan evaluasi yang komprehensif ini, program pemberdayaan masyarakat dalam pembuatan label dan logo produk di Desa Benteng tidak hanya dapat diukur keberhasilannya, tetapi juga terus ditingkatkan efektivitasnya. Hal ini memastikan bahwa program memberikan manfaat berkelanjutan bagi UMKM keripik pisang dan ubi, serta dapat menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi di daerah lain, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas (Nurasia et al., 2021). Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, tim pendamping berharap dapat merumuskan rencana tindak lanjut kedepannya. Rencana ini meliputi penyesuaian program untuk batch selanjutnya, rekomendasi kebijakan untuk mendukung pengembangan label UMKM, rencana pendampingan lanjutan bagi UMKM yang membutuhkan, dan strategi untuk memperluas dampak program ke desa-desa sekitar.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian dilakukan berupa pendampingan dalam penyusunan label dan logo produk bagi UMKM keripik pisang dan singkong di Desa Benteng. Hasil yang didapatkan menyatakan bahwa terdapat peningkatan pemahaman yang signifikan dari tingkat 75 persen menjadi 85 persen. Serta 100 persen kehadiran mitra dalam kegiatan yang dilakukan, dan tingkat kepuasan mitra terhadap kegiatan pengabdian mencapai 100 persen. Mitra juga menyatakan setuju bahwa logo label kemasan menarik perhatian konsumen untuk membeli khususnya ibu rumah tangga dan anak-anak di desa. Kedepan, untuk pengabdian masyarakat lainnya, diharapkan model pemberdayaan ini dapat direplikasi dan diadaptasi untuk membantu UMKM di daerah lain, menjadi katalis bagi pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan di berbagai daerah.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahsan, J., Sibarani, C. G. G. T., & Umar, A. T. (2024). Pendampingan Pembuatan Label, Kemasan, dan Desain Pada UMKM Aneka Kue di Desa Laut Dendang, Percut Sei Tuan, Deli Serdang, Sumatera Utara. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 263–268. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i4.1237>
- Diana, L., Atraba, H., Shabrina, M. A., & Pamungkas, W. S. (2022). Pendampingan Pembuatan Brand Identity Untuk Umkm “3D Family.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 56–61. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Fredella, F. A., Dinanty, D. D., Octivanti, S. N. A., Azizah, F. N., & Adwitiya, F. N. (2016). Pendampingan Pembuatan Kemasan Label Pada UMKM Kerupuk Udang Dan Payus Mak Sah. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 1–23.

- Haryati, N., Irwandi, P., Nurirrozak, M. Z., Wavi, M. N., & Az-Zahra, H. M. (2024). Pendampingan Pemanfaatan Aplikasi Teman Tani Pintar Sebagai Media Percepatan Komunikasi Pada Penyuluhan Petani Di Era Transformasi Digital. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 1326. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.20640>
- Ishak, A. M., Fitria, A. W., & Aziz, D. A. (2022). Pendampingan Pembuatan Label Kemasan pada Produk UMKM Rengginang Putra Kembar Desa Pasirnagara Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis. *Khidmat*, 2(1), 29–38.
- KemenkopUKM. (2020). *Laporan tahunan Kementerian Koperasi dan UKM 2020*.
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624–632.
- Mira Saktiana, G. (2023). Pendampingan Umkm Lina Batik Untuk Packaging, Logo Dan Label. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(4), 1588–1595. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i4.28327>
- Muslikhudin, & Sandi, S. P. H. (2023). Perancangan Label Pada Kemasan Keripik Pisang Bu Ida Pada Umkm Desa Kertaraharja. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 3460–3466.
- Nurasia, N., Mustawinar, B. H., & Sukarti, S. (2021). Pendampingan Design Dan Labelling Product Bagi Pelaku Usaha Pemula Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Luwu Raya. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.53769/jai.v1i2.63>
- Octivanti, S. N. A., & Andarini, S. (2023). Pendampingan Pembuatan Label Kemasan Pada UMKM Jamu Bathok Bu Tatik Di Kelurahan Wonorejo Surabaya. *Jurnal Insan Pengabdian Indonesia (JOUUPI)*, 1(3), 28–36.
- Purwanto, H., Sidanti, H., Setiawan, H., & Setya Sujianti, A. (2022). Labelling, Packaging dan Digitalisasi Pemasaran pada UMKM di Madiun pada Keripik Tahu Walik. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 818–824. <https://doi.org/10.21067/jpm.v7i2.6802>
- Rahmawati, S. E., & Kusuma, Y. B. (2023). Pendampingan Pelabelan Produk Pada UMKM Mbah Bendo Koi Kelurahan Bendo Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 115–122.
- Srianta, I., Yayuk Trisnawati, C., Nugerahani, I., Indarto Putut Suseno, T., & Ristiarini, S. (2024). Perbaikan Produksi dan Pengemasan Produk Minuman pada Kelompok Usaha Minuman Tradisional di Kelurahan Medokan Ayu Kota Surabaya. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 11–17. <https://doi.org/10.52072/abdine.v4i1.758>
- Sukartaatmadja, S., Hermawan, Y., & Silaen, U. (2023). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing Kelurahan Gudang Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 4(1), 31–34. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v4i1.2423>
- Taufikurrahman, T., Baihaqi Yusuf, A. R., Fatimatuzzahro, U., Febriari Rahmawati, E., Fadila Aprilia, F., Nur Fadillah, A., Setiawati, P., Tri Aidhaningtyas, F., Rahma Krisna, N., Surya Murti, D., Laksmana Putra, S. F., & Ardiyana, I. G. (2022). Pendampingan Pembuatan Label Pada Produk Kemasan Umkm Di Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 48–54. <https://doi.org/10.59066/jppm.v1i2.62>
- Theresia, L., Sabillah, S., Wulan, N., Nazmah, Rakhasiwi, R., Ainiyah, R. J., Manalu, P. E., Triwahyuni, E. N., Haent, A., Stepanus, J., & Sazali, M. (2023). Pendampingan Pembuatan Label Dan Kemasan Pada Umkm Nasi Oyek Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual. *Pengabdian Kampus: Jurnal Informasi Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat*, 10(1), 8–14. <https://doi.org/10.52850/jpmupr.v10i1.5551>
- Utami, E., & Syukur, Y. (2022). Bakery Sebagai Penguatan Ekonomi, Ketahanan

- Pangan Masyarakat Melalui Diversifikasi Produk Remunggai Di Kelurahan Lingkar Timur. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 210–217. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i2.444>
- Wasito, W. (2023). Pendampingan Umkm Aneka Kripik Melalui Pembuatan Logo Dan Penggunaan Media Online. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 52–64. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v3i1.1653>
- Yuliana, A., Sukoco, H., & Farisi, H. (2023). Pelatihan Pemasaran Digital Dan Desain Label Kemasan Produk Bagi Umkm Keripik Pisang "Banana Chips" Di Desa Dawuhan, Kabupaten Banyumas. *Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(6), 1965–1971.
- Zenita Afifah Fitriyani, Diego Ahmad Dandy, Dony Prasetyo, Dwi Indasari, Eko Nurfiandyah, & Erlin Ananda Putri. (2023). Pendampingan Pembuatan Label Dan Banner Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk UMKM Cencil Mbok Mini. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 2(1), 136–150. <https://doi.org/10.61132/aspirasi.v2i1.197>